

COMUNE DI BITONTO



REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI NELL'ENTE LOCALE

Approvato con Delibera di Consiglio n. 25 del. 4-3-2010

INDICE

Articolo 1 – Definizioni	3
Articolo 2 - Oggetto e Finalità.....	3
Articolo 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione	4
Articolo 4 - Le sponsorizzazioni.....	4
Articolo 5- Corrispettivo della sponsorizzazione	4
Articolo 6 - La scelta dello sponsor	4
Articolo 7 - Affidamento diretto.....	5
Articolo 8 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa.....	5
Articolo 9 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico.....	5
Articolo 10 - Procedure per sponsorizzazione oltre la soglia comunitaria	6
Articolo 11 - Presentazione di proposte di sponsorizzazione.....	6
Articolo 12 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale	6
Articolo 13 - Sponsor accreditati.....	7
Articolo 14 - Contratto di sponsorizzazione.....	7
Articolo 15 - Verifiche e controlli	7
Articolo 16 - Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche	8
Articolo 17 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni	8
Articolo 18 - Trattamento dei dati personali	9
Articolo 19 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni	9
Articolo 20 - Aspetti fiscali	9
Articolo 21 Riserva organizzativa	10
Articolo 22 - Controversie.....	10
Articolo 23 - Utilizzo dei risparmi di spesa	10

SCHEMI (indicativi)

Articolo 1 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
- a) Per "**contratto di sponsorizzazione**": un contratto bilaterale a prestazioni corrispettive mediante il quale una parte, l'Amministrazione Comunale (sponsee), garantisce ad un terzo (sponsor) la possibilità di pubblicizzare, in appositi spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti, i servizi e simili, nei modi previsti dallo stesso contratto a fronte dell'obbligo dello sponsor di pagare un determinato corrispettivo in denaro o di fornire una prestazione diretta o indiretta a favore dell'Amministrazione comunale;
 - b) Per "**sponsorizzazione**": ogni corrispettivo in denaro, ovvero ogni prestazione diretta o indiretta, proveniente da terzi (sponsor) allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività o i propri prodotti, servizi e simili ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio d'immagine;
 - c) Per "**soggetto promotore**" la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, che propone di stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Bitonto;
 - d) Per "**sponsor**": la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, singolarmente o associate tra di loro, che intenda/no stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune di Bitonto;
 - e) Per "**sponsee**" si intende il Comune di Bitonto;
 - f) Per "**spazio pubblicitario**": lo spazio fisico o digitale o qualsiasi altro supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messo a disposizione dal Comune di Bitonto per le attività promozionali e pubblicitarie dello sponsor.

2. Ai fini del presente regolamento, non costituisce sponsorizzazione l'offerta, a titolo di liberalità, a favore dell'Amministrazione di somme di danaro, di beni o di servizi accessori in occasione dello svolgimento di iniziative e rassegne o dell'allestimento di spazi espositivi.

3. L'affidamento delle attività individuate come corrispettivo delle prestazioni rese dall'Amministrazione comunale in qualità di sponsee avviene secondo quanto previsto dai successivi articoli del presente regolamento.

Articolo 2 - Oggetto e Finalità

1. Il presente Regolamento, in armonia con le vigenti disposizioni di legge, disciplina le condizioni e le modalità operative per favorire il ricorso da parte dell'Amministrazione comunale alla sponsorizzazione, come opportunità innovativa di finanziamento delle proprie attività.

2. L'Amministrazione ricorre alla sponsorizzazione per ottenere:

- miglioramenti, anche economicamente apprezzabili, della qualità dei servizi erogati;
- il supporto alla realizzazione di opere ed infrastrutture;
- il sostegno allo sviluppo di progettualità ed iniziative innovative nonché per ottimizzare la spesa;
- la fornitura di beni o servizi comportanti economie di spesa (ad es.: pubblicità su materiale di cancelleria -penne e stampati- a fronte di fornitura gratuita della stessa; pubblicità sugli arredi e sui veicoli comunali a fronte di interventi di manutenzione ordinaria, straordinaria o di consumo; pubblicità su buoni-pasto refezione scolastica a fronte di accollo di una parte delle spese postali; pubblicità in mostre ed eventi a fronte di accollo di una parte delle loro componenti; ecc.).

3. Le iniziative di sponsorizzazione sono finalizzate alla riduzione delle spese previste nel PEG, al miglioramento della qualità del vivere urbano, alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio artistico e culturale, alla realizzazione di progetti e all'erogazione di servizi a carattere innovativo - sperimentale.

4. Allo scopo di agevolare l'intervento degli sponsor nel finanziamento delle attività dell'Ente, le disposizioni del presente regolamento devono essere interpretate ed applicate nel significato più favorevole alla possibilità di addivenire alla sponsorizzazione.

Articolo 3 - Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione

1. Per ampliare le potenzialità della sponsorizzazione, la Giunta comunale individua le iniziative da offrire ai potenziali sponsor ovvero accoglie le proposte formulate dai soggetti interessati. In particolare le iniziative o gli interventi devono essere:
- a) inserite nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio comunale. In questo caso il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di minor spesa di bilancio, totale o parziale, rispetto alla previsione iniziale; oppure,
 - b) inserite in appositi elenchi allegati al bilancio comunale ma non finanziati, la cui realizzazione è vincolata all'attivazione di contratti di sponsorizzazione; oppure,
 - c) conseguenti a proposte definite in corso d'anno dalla Giunta Comunale, anche in adesione a offerte spontanee provenienti da soggetti terzi e giudicate di interesse pubblico.

Articolo 4 - Le sponsorizzazioni

1. La sponsorizzazione si deve concretizzare in una minore spesa o una maggiore entrata o nella realizzazione anche parziale di uno degli interventi previsti nel programma triennale dei lavori pubblici e suoi aggiornamenti annuali.

Articolo 5- Corrispettivo della sponsorizzazione

1. Il corrispettivo offerto per la sponsorizzazione può consistere:
- a) in una somma di denaro: in questo caso la realizzazione dell'iniziativa, compresa l'individuazione dell'esecutore materiale delle prestazioni, sarà effettuata dall'Amministrazione secondo le ordinarie procedure;
 - b) in servizi, lavori e forniture acquisiti o realizzati a cura e a spese dello sponsor.

Articolo 6 - La scelta dello sponsor

1. La scelta dello sponsor avviene sulla base del valore economico della sponsorizzazione, secondo le seguenti procedure:

LETT.	IMPORTO	TIPOLOGIA	TIPO PROCEDIMENTO
A	Fino a 20.000 € iva esclusa	Fornitura di beni e servizi	Affidamento diretto secondo le modalità del successivo articolo 7
B	Fino a 100.000 € iva esclusa	Lavori pubblici	Affidamento diretto secondo le modalità del successivo articolo 7

C	Da 20.000 € fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa	Fornitura di beni e servizi	Procedura negoziata secondo le modalità del successivo articolo 8
D	Da 100.000 € fino al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa	Lavori pubblici	Procedura negoziata secondo le modalità del successivo articolo 9
E	Oltre al valore della soglia prevista per gli appalti soggetti alla normativa comunitaria, iva esclusa	Lavori pubblici e forniture di beni e servizi	Procedura aperta o ristretta secondo le modalità di cui al successivo articolo 10

2. Il tipo del procedimento non è vincolante laddove sussistano le condizioni di deroga alle procedure di evidenza pubblica (=cfr. C.d.S., V, n.44 del 10.1.2007; Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici, determinazione n.24 del 5.12.2001 e relazione prot.n.7634/02/259 del 31.1.2002).

Articolo 7 - Affidamento diretto

1. Per le sponsorizzazioni di cui al precedente art. 6 comma uno lett. A) e B), il Dirigente può rivolgersi direttamente al soggetto che ha offerto la sponsorizzazione.

Articolo 8 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa

1. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto la prestazione di servizi e forniture di cui al precedente articolo 6 comma uno lett. C), la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa.

2. Il Dirigente competente individua i soggetti da invitare.

3. L'invito alla gara ufficiosa, inviato anche tramite fax o altre forme di trasmissione telematica, deve prevedere un termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 15 giorni e deve specificare le modalità di aggiudicazione.

Articolo 9 - Procedura negoziata previa gara ufficiosa preceduta da avviso pubblico

1. Per le sponsorizzazioni aventi ad oggetto la realizzazione di lavori pubblici (comprese le prestazioni professionali connesse), di cui al precedente articolo 6 comma uno lett. D), la scelta del contraente avviene mediante gara ufficiosa preceduta da un avviso pubblico.

2. L'avviso è pubblicato all'Albo Pretorio, sul sito internet del Comune e per estratto su almeno un quotidiano locale ovvero in alternativa attraverso comunicato stampa da inviare ai quotidiani locali. Sono ammesse ulteriori modalità da individuarsi in relazione ai potenziali interessati alla gara.

3. L'avviso pubblico deve indicare: l'oggetto della sponsorizzazione, i requisiti necessari per partecipare alla gara ufficiosa, il termine per la presentazione delle offerte non inferiore a 15 giorni e deve specificare le modalità di aggiudicazione.

Articolo 10 - Procedure per sponsorizzazione oltre la soglia comunitaria

1. Per le sponsorizzazioni oltre la soglia comunitaria, IVA esclusa, la scelta dello sponsor deve avvenire con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa nel rispetto delle modalità previste dall'art. 26 del D. Lgs 163/2006 e successive modifiche.

2. I soggetti presentano le proprie offerte nel rispetto delle modalità e dei termini fissati dal bando di gara.

3. Il bando di gara stabilisce i criteri di valutazione. La valutazione è demandata ad una commissione giudicatrice composta di tre membri nominata con propria determinazione dal dirigente competente.

Articolo 11 - Presentazione di proposte di sponsorizzazione

1. Nel caso in cui pervenga all'Amministrazione, da parte di uno sponsor, una proposta di sponsorizzazione finalizzata alla realizzazione di interventi, lavori, servizi o fornitura di beni, la Giunta ne valuta la opportunità e il Dirigente del Settore di riferimento predispone apposito avviso pubblico che preveda, come importo minimo richiesto quale corrispettivo della sponsorizzazione, quello fissato dal soggetto proponente. L'avviso manifesta l'intento di procedere al reperimento di sponsorizzazioni. L'avviso è pubblicato sul sito del Comune per almeno 10 giorni, entro i quali altri soggetti interessati -ad esclusione del soggetto promotore- possono depositare le proprie offerte, consegnandole in plico sigillato al responsabile del procedimento indicato nell'avviso ed abilitato al rilascio della ricevuta.

2. Nel caso non pervengano offerte entro il termine fissato, si procede alla stipula del contratto di sponsorizzazione con il soggetto promotore.

3. Alla scadenza dei termini fissati nell'avviso, il Dirigente procederà, nel caso pervengano offerte, tramite selezione delle proposte pervenute, all'individuazione dell'aggiudicatario.

4. Il soggetto promotore ha facoltà di adeguare la propria proposta originaria a quella eventualmente selezionata a seguito delle procedure di cui al precedente comma tre, aggiudicandosi in tal modo la sponsorizzazione.

5. Durante la procedura di aggiudicazione va garantita la parità di trattamento di tutti i partecipanti.

6. Su richiesta del Dirigente le offerte possono essere chiarite, precisate e perfezionate. Tuttavia tali precisazioni o chiarimenti non possono modificare gli elementi fondamentali dell'offerta al fine di non pregiudicare i principi di parità di trattamento, trasparenza e non discriminazione.

Articolo 12 - Sponsorizzazioni di interventi di restauro e manutenzione su beni sottoposti a tutela artistica, architettonica e culturale

1. Per i contratti di sponsorizzazione aventi ad oggetto interventi di restauro e manutenzione di beni immobili, mobili e delle superfici decorate di beni architettonici sottoposti a tutela della Soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio, si applicano i principi per la scelta dello sponsor, come elencati al precedente art. 6, nonché le disposizioni in materia di requisiti soggettivi dei progettisti e degli esecutori del contratto.

2. Nel caso in cui l'individuazione dell'esecutore dei lavori sia rimessa allo sponsor, il soggetto indicato dovrà risultare qualificato ai sensi della normativa vigente in materia di lavori pubblici, relativamente alla tipologia dell'intervento.

3. Qualora l'impresa costruttrice o le imprese ad essa collegate o controllate rivestano la qualità di sponsor dell'amministrazione attraverso la realizzazione diretta di interventi di restauro e manutenzione, non potranno in alcun caso cedere ad altri soggetti il diritto di utilizzare lo spazio pubblicitario oggetto del contratto.

4. Il Dirigente impartisce le prescrizioni opportune in ordine alla progettazione, alla direzione ed all'esecuzione dei lavori ed esercita i poteri di alta sorveglianza procedurale al fine di garantire il rispetto della normativa di settore.

5. I contratti di sponsorizzazione inerenti beni culturali sono preventivamente sottoposti alla Soprintendenza competente in relazione alla tipologia dell'intervento, al fine di ottenere i nulla osta o gli atti di assenso normativamente richiesti e alla soprintendenza per i Beni Architettonici e per il Paesaggio al fine di assicurare che l'esposizione pubblicitaria sia effettuata in forme compatibili con il carattere artistico o storico, l'aspetto e il decoro del bene.

Articolo 13 - Sponsor accreditati

1. Il Dirigente ha facoltà di selezionare, con procedura aperta, candidati a cui proporre, per un arco temporale non superiore ad un triennio, le occasioni di sponsorizzazione che presentino le caratteristiche di massima prefissate, anche costituendo un apposito albo unico.

2. Le singole sponsorizzazioni vengono prioritariamente proposte ai soggetti selezionati a seguito di confronto competitivo fra gli stessi.

Articolo 14 - Contratto di sponsorizzazione

1. La sponsorizzazione è regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:

- a) L'oggetto del contratto, la sua finalità e la sua durata;
- b) Il diritto dello sponsor all'utilizzazione esclusiva ovvero non esclusiva degli spazi pubblicitari nel corso delle iniziative per le quali sia prevista la sponsorizzazione;
- c) L'importo della sponsorizzazione;
- d) Le modalità di svolgimento della sponsorizzazione, le garanzie richieste e le responsabilità;
- e) Gli obblighi dello sponsor e dello sponsee e la disciplina sanzionatoria in caso di inadempimento
- f) La disciplina della facoltà di recesso e le modalità di risoluzione;
- g) Le prescrizioni in materia di controversie.

2. L'imposta e/o diritti sulla pubblicità per insegne e/o cartelli e le spese contrattuali restano a carico dello sponsor, in aggiunta al valore o all'importo della sponsorizzazione.

Articolo 15 - Verifiche e controlli

1. Le sponsorizzazioni sono soggette a periodiche verifiche da parte del Settore competente per materia, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti sia per i contenuti tecnici sia per gli aspetti quantitativi, qualitativi e finanziari.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor. La notifica e l'eventuale contestazione delle inadempienze producono gli effetti previsti dal contratto.

Articolo 16 - Contratti di sponsorizzazione per la realizzazione di opere pubbliche

1. L'Amministrazione può individuare come corrispettivo delle prestazioni da essa rese in qualità di sponsee anche la progettazione, l'esecuzione, la direzione lavori, le certificazioni di lavori per la realizzazione o la manutenzione di opere a destinazione pubblica.

2. I contratti stipulati contengono l'esatta individuazione dei lavori da effettuare e le modalità di svolgimento dei lavori stessi, nonché tutti gli elementi utili per la loro correlazione con le attività di veicolazione dei segni distintivi dello sponsor.

3. Nel contratto di cui al precedente comma, devono essere definite le modalità di verifica e controllo, nonché la rispondenza e la conformità dei lavori al progetto o altri parametri ed indicatori di qualità che l'Amministrazione Comunale intende inserire.

4. E' di competenza dell'Amministrazione Comunale l'approvazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo nonché i collaudi ivi compresi quelli in corso d'opera.

5. Gli sponsor che effettuano direttamente i lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia. I soggetti eventualmente individuati dagli sponsor quali esecutori dei lavori definiti a corrispettivo delle sponsorizzazioni devono possedere i requisiti e le attestazioni per lo svolgimento di tali attività nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia.

Articolo 17 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. L'Amministrazione Comunale, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) Ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) Ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) La reputi inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni la cui pubblicità abbia ad oggetto:

- a) Propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) Promozione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) Messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo ed esaltazione del razzismo;
- d) Il mancato rispetto delle pari opportunità tra i generi c/o tra le diverse etnie;

3. Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività siano stati condannati, con sentenza passata in giudicato, per violazione di uno dei seguenti principi:

- a) Diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
- b) Diritti dei lavoratori;
- c) Obblighi riguardanti la tutela dei consumatori e la protezione dell'ambiente.

4. Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo.

5. L'amministrazione Comunale, con deliberazione di Giunta, motivata, può rifiutare sponsorizzazioni, che pur non rientrando fra i casi previsti dai precedenti commi, siano in contrasto con le proprie finalità, oppure si pongano in conflitto di interessi.

Articolo 18 - Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dalle norme contenute nel Totolo III (Regole generali per il trattamento dei dati) del D.Lgs. 30 giugno 2003, n.196 e successive modificazioni.

3. Titolare del trattamento dei dati è il rappresentante legale dell'amministrazione, che può nominare uno o più responsabili del trattamento in conformità alla legge citata.

4. I dati sono trattati, in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici dell'ente tenuti all'applicazione del presente regolamento.

5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento stesso.

Articolo 19 - Versamento dei proventi delle sponsorizzazioni

1. Il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura del 30%, al momento della sottoscrizione del contratto, con versamento del relativo importo presso la Tesoreria Comunale e, nella misura del restante 70% a conclusione dell'evento.

2. A garanzia di detto importo, quale condizione per procedere alla formalizzazione dei rapporti di sponsorizzazione, lo Sponsor deve costituire, se richiesta, prima della sottoscrizione del contratto, apposita garanzia a favore del Comune di Bitonto.

3. Nell'ipotesi prevista dal precedente articolo 5 comma 1 lett. b), lo sponsor deve provvedere a pagare direttamente il fornitore ovvero a realizzare l'opera, previo nulla osta dell'Amministrazione Comunale di attestazione dell'avvenuta esecuzione delle prestazioni.

Articolo 20 - Aspetti fiscali

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa. La fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura della spesa prevista con la sponsorizzazione (=cfr. www.aranagenzia.it).

2. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova, quindi, applicazione la disciplina sull'I.V.A. secondo quanto previsto dal D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633 e successive modifiche ed integrazioni, nonché dei regolamenti, circolari e pareri espressi dall'Agenzia delle entrate in materia (=cfr. Ris. n.113/E del 14.7.2000 e N.88/E dell'11.7.2005).

3. La disciplina sull'IVA si applica anche nel caso di fornitura di beni e servizi. In questo caso la fattura che lo sponsee emette deve essere rapportata al valore commerciale o ai prezzi di mercato degli stessi beni e/o servizi.

4. Sia l'ente pubblico che lo sponsor devono emettere fattura, indicando il valore dell'intervento o della prestazione o della fornitura e assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'IVA.

Articolo 21 Riserva organizzativa

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione Comunale tramite il Funzionario del Servizio competente in materia.

Articolo 22 - Controversie

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è devoluta al foro di Bari, con esclusione del deferimento ad arbitri.

Articolo 23 - Utilizzo dei risparmi di spesa

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione, che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerate risparmi di spesa.

2. La Giunta comunale, con separati provvedimenti su proposta di ciascun Dirigente, destina i risparmi di spesa nel modo seguente:

- a) nella misura del 24% alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività dei dipendenti;
- b) nella misura del 6% alla implementazione del fondo della dirigenza;
- c) nella misura del 20% al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
- d) nella misura del 50% alla economia di bilancio.

4. Le modalità di distribuzione delle quote destinate al Fondo seguono le regole della contrattazione decentrata; tali quote (entrata/spesa) non incidono sulla riduzione della spesa per il personale.